



TITLE:

ダンピングの理論(下)

AUTHOR(S):

岡倉, 伯士

CITATION:

岡倉, 伯士. ダンピングの理論(下). 経済論叢 1938, 46(5): 762-779

ISSUE DATE:

1938-05-01

URL:

<https://doi.org/10.14989/131093>

RIGHT:

京都市帝國大學經濟學會 經濟論叢

第 五 號 第 四 十 六 卷

昭和三年五月一日發行

論 叢

貨幣と利子……………文學博士 高田保馬

支那農業の片影……………法學博士 財部靜治

ソロキンの^{社會的}過程形式論の評價……………文學博士 米田庄太郎

貨幣の本質とその價值……………商學士 中山伊知郎

時 論

物價騰貴と消費節約……………經濟學博士 谷口吉彥

研 究

再保險形態の究極的發展……………經濟學士 佐波宣平

中立貨幣と外國爲替相場……………經濟學士 中谷實

ダンピングの理論……………經濟學士 岡倉伯士

說 苑

幕末の上海貿易……………經濟學博士 本庄榮治郎

差額地代と限界生産力說……………經濟學士 上村鎮威

附 錄

雜 報・外國雜誌論題

(禁 轉 載)

ダンピングの理論 (下)

岡倉伯士

- 目次
- 一、緒言
三、ダンピング價格の決定(1)——(以上前號所載)
五、不完全多占の下に於けるダンピング
二、ダンピングの前提條件
四、ダンピング價格の決定(2)
六、結言

四 ダンピング價格の決定(2)

以上の吾々の分析は、從來何等の輸出をも行はなかつた獨占者が最初から差別價格輸出政策を採用すると言ふ想定から出發してゐた。いま吾々は想定を變更して、從來單一な獨占價格で輸出を行つてゐた獨占者が新に價格差別政策を實行すれば、どう言ふ結果が齎られるかを考察しよう。¹⁾ ヴァイナーはこの問題について次の様に斷定してゐる。『かゝる事情の下に於てダンピングが行はれるときは、常に、極大收益國內價格 (The Maximum Revenue Domestic Price) は騰貴し、且つ國內消費者の損失は獨占的収益の増加以上に増加する²⁾』と。しかしヴァイナーはこの斷定を基礎付けてはゐない。またハーバラーは次の様に述べてゐる。『(この場合) 外國に於ける需要の弾力性が國內に於けるよりも大であるとすれば、差別政策の結果として、國內價格は騰貴せねばならない。

1) この問題の解決は、例へば外國の有効なダンピング防止方策がダンピングを行ひつゝある國の國內價格に對して、如何に影響するかの問題の解答を與へる¹⁾ Haberler: Der internationale Handel S. 231. 邦譯 506頁。
2) Viner: Dumping; Art. in Encyclopaedia of Social Science Vol. 5, p. 278.

しかもそれは費用が遞増するか、不變であるか、或ひは遞減するかを問はない。³⁾……『需要曲線を直線と假定すれば、次の様な注目すべき事實が生ずる。即ち差別可能性は生産の擴張をも縮少をも齎さずして、同一生産物量の兩市場への分配を變更するにすぎないことである』⁴⁾と。彼もまたこの問題についてはそれ以上に立入つた研究を行つてはゐないが、しかし彼の以上の命題は吾々に對して解決の緒を提供してゐる。

輸出獨占者が單一價格政策を採用する場合には、彼の供給する生産物の價格は、國內及び外國に於て同一でなければならぬ。單一價格の高さ及び總販賣量の大小は、獨占企業の限界費用の姿と國內及び外國の綜合需要の狀態とに依存する。獨占者は自己の經營の限界費用と綜合需要とを顧慮して、與へられた事情の下に於て總利潤が極大となる様な生産量及び價格を撰ぶ。かくて綜合需要曲線から導き出される綜合限界賣上曲線が與へられ且つ獨占者の限界費用曲線が與へられるならば、容易に單一獨占的國際價格が決定される。即ち獨占總販賣量は綜合限界賣上が限界費用に等しくなる點の横座標で示され、獨占的國際價格はその總販賣量に照應する綜合需要曲線上の點によつて決定される。單一な國際價格が與へられれば、總販賣量の兩市場への分配は、兩市場の需要曲線との關係に於て一義的に決定される。かくて單一價格政策での獨占的輸出から出發してダンピングの作用を問題とする場合には、吾々は一應總生産量を所與的な大いさと考へることが出来る。

問題は輸出獨占者が差別價格政策を採用し、生産物量の兩市場への分配を變更することによつて、總收益をより一層増加し得るか否かと言ふことにかゝつてゐる。⁵⁾そしてこのことは専ら兩市場の需要の弾力性に依存することとがらである。簡単な一例を挙げよう。假りに國內の需要の弾力性は1に等しく、従つて價格及び數量の變化と

3) Haberler: a. a. O. S. 231-232.

4) Haberler: a. a. O. S. 232.

5) Vgl. Barone: Grundzüge der theoretischen Nationalökonomie S. 203.

は無關係に國內賣上高は一定であるとする。これに反し外國の需要は極めて弾力的であり、價格の僅少な下落によつて極めて大量の需要増加、従つて外國賣上高の著しい増加が齎らされるとする。この場合には明らかに、國內販賣を出来る限り制限し、外國販賣を擴張することが有利である。しかし國內販賣の制限従つて國內價格の引上げには、一定の限界があることを注意せねばならない。と言ふのは國內價格を一定限度以上に引上げるときは、直ちに競争者が出現するからである。バローネはこの限界を比喩的に『價格の關所』と名づけてゐる。一般的に言へば、外國の需要の弾力性が國內のそれよりも大である場合には、國內販賣を制限し外國販賣を擴張することが有利である。従つてこの場合には國內價格の騰貴、外國價格の下落が齎らされる。これに反し外國の需要が國內のそれよりも非弾力的である場合には、國內販賣を増加し外國販賣を制限することが有利である。従つてこの場合には、國內價格の下落及び外國價格の騰貴即ち『逆のダンピング』が齎らされる。

以上の説明にグラフ的解決を與へよう。⁶⁾ 左の圖形に於て A_1D_1 は國內需要曲線、 A_2D_2 は外國の個別需要曲線、 AD は綜合需要曲線、 MC は限界費用曲線である。 AR, R_1, A_1, R_2, A_2 はそれ々々 AD, A_1, D_1, A_2, D_2 から導き出される綜合限界賣上曲線、國內の限界賣上曲線及び外國の限界賣上曲線である。⁷⁾ 輸出獨占者が單一價格政策を採用する場合には、彼は ON 量を生産する。何故ならこの量に於て綜合限界賣上は限界費用に一致するから。國際價格は $P=P_1=P_2$ に定まる。かくて單一價格政策の下に於ける國內販賣は ON_1 、ダンピング販賣は ON_2 である。

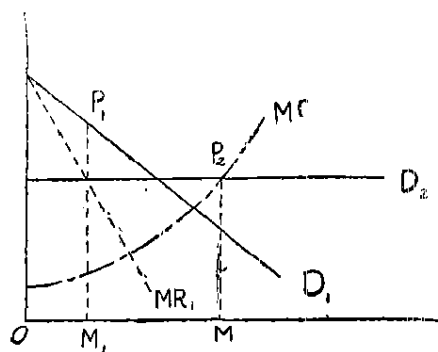
次にこの輸出獨占者が差別價格政策に轉ずるとする。ダンピングの下に於ける究局的均衡は、國內限界賣上、外國限界賣上、及び限界費用の三經濟量が一致する點に於て到達される。H から横軸への平行線 HB を引き、 HB と A_1R_1, A_2R_2 との交點をそれ々々 K_1, K_2 とする。さすれば國內販賣を K_1 だけ減少し、外國販賣を K_2 だけ増加するとき始めて、差別價格政策の下に於ける究局的均衡が

6) Barone: a. a. O. S. 208. 原語は „Die Säule des Herakles.“

7) 以下のグラフ的説明については、J. Robinson: The Economics of imperfect Competition p. 191 参照。

8) $A_1D_1; A_2D_2$ は平行に畫かれてゐる。このことは A_1D_1 が A_2D_2 よりも非弾力的であることを意味する。その理由については、Habermas: a. a. O. S. 168 参照。

ば、外國の個別需要曲線の弾力性は無限大(完全弾力的)となり、従つて横軸に水平な直線で示される。この場合には外國の限界賣上曲線は外國の個別需要曲線と一致する。しかるに究局的ダンピング均衡に於ては、外國の限界賣上と限界費用とが一致せねばならないから、限界費用もまた外國の水平な個別需要曲線上になければならない。換言すれば限界費用の高さとダンピング価格の高さとは等しくなる。



以上の事柄をグラフィ的に説明すれば次の如くなる。¹²⁾ D_1 は國內の需要曲線、 D_2 は外國の個別需要曲線、 MR_1 は國內限界賣上曲線、 MC は限界費用曲線である。 D_2 が水平であることは、外國に於て完全競争が支配することを示す。外國限界賣上曲線は D_2 に一致する。究局的ダンピング均衡は、國內限界賣上、外國限界賣上及び限界費用の三經濟量が一致する點に於て到達される。従つてダンピングの下に於ける國內価格は P_1 、國內販賣は OM_1 、ダンピング価格は P_2 、外國販賣は MM_1 である。總生産がこの場合 OM であることは明白であらう。¹³⁾ また D_2 が低下すればするほど、 P_2 は益々縦軸に接近し、従つて總生産量は減少する。しかし同時に D_2 と MR_1 との交點は益々縦軸から遠ざかる。従つて國內販賣は増加する。このことから外國の競争価格が低ければ低いほど、國內販賣量は大きく、ダンピング販賣量は小であることを知る。

獨占者が外國市場に於てもまた多かれ少なかれ市場支配力を持つ場合には、外國の個別需要曲線は勾配を持つ。換言すれば外國の個別需要は完全弾力的ではあり得ない。この場合には外國の限界賣上曲線は需要曲線の下方に背離する。従つて均衡に於けるダンピング価格は限界費用より高くなければならない。そして外國の個別需要の弾力性が小であればあるほどダンピング価格は益々高くなる。そのことは次の様にして證明される。¹⁴⁾

¹²⁾ J. Robinson: *ibid.* p. 184.

¹³⁾ この特殊な事例に於ては價格 p_2 に於ては、綜合需要、外國の個別需要、綜合限界賣上、外國の限界賣上がすべて D_2 によつて示される。

¹⁴⁾ Vgl. Szigeti: *Monopolpreis und Dumping*, Z. f. N. Ed. VI, Heft 4, (1935), S. 512.

いま限界費用を K' 、外國限界賣上を U' 、外國の個別需要の弾力性を ε とする。¹⁵⁾ 均衡に於ては外國限界賣上は限界費用に一致する。 $U' = K'$ しかるに $U' = P \left(1 - \frac{1}{\varepsilon}\right)$ 従つて $P = \frac{K'}{\left(1 - \frac{1}{\varepsilon}\right)}$ K' 及び U' は正でなければならず、¹⁶⁾

P もまた常に正であるから、 $\left(1 - \frac{1}{\varepsilon}\right) > 0$ でなければならぬ。故に $\varepsilon > 1$ 外國市場に於て完全競争が支配し、

$\varepsilon \gg 1$ であるとすれば、 $P = \frac{K'}{\left(1 - \frac{1}{\varepsilon}\right)}$ は簡単に $P = K'$ となる。即ちダンピング価格は限界費用に一致する。 ε

の値が小となればなるほど、 $P = \frac{K'}{\left(1 - \frac{1}{\varepsilon}\right)}$ に於ける右邊の分母の値は益々 1 よりも小となり、従つてこの式を満

足すべき P は K' よりも益々大となる。換言すれば外國の個別需要の弾力性が小となればなるほど、ダンピング価格は益々限界費用を超過する。かくて一般的に次の様に言ふことが出来る。ダンピング価格は如何なる場合にも、限界費用以下ではあり得ない。即ち『ダンピング価格の下限は、輸出のために生産を増加する際に追加さるべき追加費用（限界費用）によつて決定される』¹⁷⁾と。

ダンピング価格と平均費用との關係については一義的な判斷をなし得ない。遞増限界費用の下に於けるダンピング価格は、勿論平均費用よりも高い。何故ならダンピング価格は限界費用よりも高くなければならず、しかもこの場合に於ては限界費用は平均費用よりも高いから。これに反し遞減限界費用の下に於けるダンピング価格は、場合によつては平均費用よりも高くあり得るし、場合によつては平均費用よりも低くあり得る。このことは外國の個別需要曲線の勾配の程度従つてその弾力性、具體的には輸出獨占者の外國市場に於ける市場支配力の強

15) 但し $\varepsilon = \frac{P}{x} \cdot \frac{-dx}{dp}$

16) 何故なら U' が負であることは販賣の増加につれて賣上高が減少することを意味し、それは經濟活動の合理性に矛盾するから。 K' もまた常に正でなければならぬ。何故なら生産の増加につれて總費用は常に増加するから。

17) Haberler: a. a. O. S. 220.

弱に依存する。輸出獨占者の外國市場に於ける市場支配力が大であり、外國の個別需要曲線が急勾配であれば、外國の個別需要曲線と外國限界賣上曲線との開きが大きとなる。¹⁸⁾ かゝる場合にはダンピング價格は限界賣上＝限界費用を著しく超過し、引いては平均費用よりも高くあり得る。これに反し獨占者の外國市場に於ける市場支配力が弱く、外國の個別需要曲線の勾配が緩かである場合には、ダンピング價格は著しく限界費用に接近し、引いては平均費用よりも低くあり得る。¹⁹⁾ しかしこの場合と雖も勿論國內價格は平均費用よりも高くなければならない。さもなければ獨占者は國內販賣から利潤を収めることは出來ず、従つて獨占の意義に反する。獨占者が國內販賣から獨占利潤を収める限り、平均費用以下、限界費用以上の價格でのダンピング輸出は、決して獨占者にとつて損失販賣を意味しはしない。尤も國內市場が極めて小さく、しかも當該企業の運営には莫大な固定費用を要する場合(例へば鐵道會社)、グラフ的に表現すれば國內の需要曲線が平均費用曲線の下位にある様な場合には、平均費用以上の單一な國內價格は成立し得ず、従つてクールノーの獨占點は存在し得ない。かゝる場合には國內市場に於て特別な差別價格政策が行はれる。即ち企業者は國內消費者をその支拂能力に應じて段階付け、各消費者階層に對して異つた供給價格を設定するのである。²⁰⁾

吾々はこれまでダンピングが國內及び外國の需要狀態に反作用を及ぼさないと考へた。しかし實際にはダンピングは國內及び外國の需要狀態に對してある程度の反作用を及ぼす。ハーバラーは一つの可能性を指摘してゐる。『ドイツの鐵ダンピングがオランダの造船業を促進するとすれば、ドイツの造船業は阻害され且つその鐵に對する需要が減退する』²¹⁾と。より一般的に言へば、外國に於てはダンピング商品を生産手段とする生産部門の擴張が促

18) 需要曲線が急勾配であることは、價格を著しく引下げても需要はさほど増加しないこと、従つて追加的賣上が小であることを意味するからである。

19) Haberler: a. a. O. S. 230, 231. 以上の説明によつて所謂ダンピング價格下限論の係争問題、即ちダンピング價格の下限は平均費用か限界費用かと言ふ問題提起が理論的に無意味であることが明白にされる。この問題に經營學的費用概念を導入することともまた問題を益々混亂せしめるのみである。問題

され、需要の増加となり、國內に於てはダンピング商品を生産手段とする生産部門の縮少が齎られ需要が減退するであらう。ダンピングのかゝる間接作用の結果として、ダンピング價格及び國內價格が間接的な影響を蒙る。

マーシャルはこの問題に對し懷疑的に答へてゐる。『 DD_1 (需要曲線) が一樣に高まれば、 I (獨占販賣量) は遙かに右によること、及びその結果として q_1 (獨占價格) の位置が恐らく前よりも低くなることを知るであらう』と。マーシャルのこの解答を吾々の當面の問題に適用すれば、次の様な結果が得られよう。國內に於ては需要減退の結果として恐らく獨占販賣量が減少し、且つ獨占價格は前よりも高まり、外國に於ては需要増加の結果として恐らく販賣量が増加し、ダンピング價格は前よりも低くなるであらうと。しかし問題の解決はその様に單純ではない。需要が増加乃至は減退すれば、それに應じて販賣量が増加乃至は減退することは確實である。けれども同時に價格が下落乃至は騰貴するとは限らない。何故なら需要の増加は需要價格系列のすれ上りに於て表現され、反對に需要の減退は需要價格系列のすれ下りに於て表現されるから。一切の問題は限界費用の状態及び需要變動の前後に於ける需要の弾力性の大小に依存する。そのことを説明しよう。²³⁾

既に知つた通り獨占的均衡に於ては價格と限界費用との間に $P = \frac{K}{\left(\frac{1}{1-\epsilon}\right)}$ なる關係が存在する。この關係から

次のことが知られる。(A) 不變の限界費用を前提する場合。(イ) 外國に於ける需要の増加 (グラフ的には外國の個別需要曲線の右方への移動) が iso-elastic に、即ち弾力性の變化なしに行はれるとすれば、ダンピング價格は不變である。(ロ) 外國に於ける需要の増加が弾力性の増大を伴ふとすれば、需要變動後のダンピング價格は變動前のそれよりも下落する。(ハ) 外國に於ける需要の増加が弾力性の減少を伴ふとすれば、變動後のダンピング價格は變動前のそれ

の中心は外國の個別需要の弾力性の大小である。

20) Schneider: Reine Theorie monopolistischen Wirtschaftsformen S. 27, 28.

21) Haberler: a. a. O. S. 225.

22) マーシャル: 原理 III 215頁, () 内の註釋語及び傍點は筆者。

23) 以下の説明については、Vgl. J. Robinson: ibid. p. 60 f.

よりも騰貴する。⁽²⁴⁾ (B) 遞増限界費用を前提する場合。(イ) 外國に於ける需要の増加が *iso-elastic* であるとするれば、需要變動後のダンピング價格は變動前に比して騰貴する。(ロ) 外國に於ける需要の増加が弾力性の減少を伴ふとするれば、需要變動後のダンピング價格は變動前のそれよりも騰貴する。⁽²⁵⁾ (ハ) 外國に於ける需要の増加が弾力性の増大を伴ふとするれば、弾力性の増大引いては $(1 - \frac{1}{\epsilon})$ の値の増大の程度が限界費用の遞増の程度に一致する限り、⁽²⁶⁾ ダンピング價格は不變である。弾力性の増大の程度が限界費用の遞増の程度よりも大であれば、需要變動後のダンピング價格は變動前に比して下落する。弾力性の増大の程度が限界費用の遞増の程度よりも小であるならば、需要變動後のダンピング價格は變動前に比して騰貴する。(C) 遞減限界費用を前提する場合。(イ) 外國に於ける需要の増加が *iso-elastic* であるとするれば、需要變動後のダンピング價格は變動前に比して下落する。⁽²⁷⁾ (ロ) 外國に於ける需要の増加が弾力性の増大を伴ふとするれば、需要變動後のダンピング價格は變動前に比して下落する。⁽²⁸⁾ (ハ) 外國に於ける需要の増加が弾力性の減少と伴ふとするれば、弾力性の減少の程度引いては $(1 - \frac{1}{\epsilon})$ の値の減少の程度が限界費用の遞減の程度に一致する限り、ダンピング價格は不變である。弾力性の減少の程度が限界費用の遞減の程度よりも小であるならば、需要變動後のダンピング價格は變動前に比して下落する。弾力性の減少の程度が限界費用の遞減の程度よりも大であるならば、需要變動後のダンピング價格は變動前に比して騰貴する。⁽²⁹⁾ しかしこゝで次のことを注意せねばならない。ダンピングの間接作用の結果として外國に於ける需要の増加及び國內に於ける需要の減退が起るとすれば、限界費用の變化はこの二つの要素によつて制約される。しかもダンピングの結果として齎らされる外國及び國內に於ける需要の變動の程度を確認することは困難である。⁽²⁹⁾ しかのみならず「ロ

24) ϵ が増大すれば $p = \frac{k'}{(1 - \frac{1}{\epsilon})}$ の分母の値が大となり、従つて p の値は

小となる。反對に ϵ が減少すれば分母の値が小となり、従つて p の値は大となる。

ビンソンが指摘してゐる様に、差別政策の実施は費用の状態そのものをもある程度變化せしめるであらう。³⁰⁾ 此等の理由によつて吾々はハーバラーと共に、かかる間接の反作用を無視せざるを得ない。³¹⁾

たゞ需要の變動が國內獨占價格及びダンピング價格を如何に變化せしめるかと言ふことは別問題に、需要の變動がダンピングに對する強制的程度を相違せしめることは注目されねばならない。例へば國內に於ける好景氣の結果として國內需要が増加し、國內販賣量が増加すれば（しかしこのことは國內價格が騰貴するか下落するかと言ふことは別問題である）、遞減限界費用の下での生産がすべて或ひは大部分國內販賣に當てられ、従つてダンピングのための生産は、遞増限界費用の下で行はれることになるであらう。³²⁾ その結果としてダンピングの規模が縮小する。反對に國內需要が減退すればダンピングの規模は増大する。このことはダンピングが沈滞期に於て特に盛に行はれる事實を説明する。³³⁾

五 不完全多占の下に於けるダンピング

以上の説明はダンピング者が完全獨占者であること、即ち國內市場が單獨經營者としての獨占者によつて支配せられることを前提してゐる。しかし現實の獨占的市場狀態は寧ろ不完全多占であると考へられる。即ち國內市場には若干數の企業が並存するのみならず、³⁴⁾ 個々の企業は生産物の質の相違、消費者のプレファレンス乃至は慣習 (Inertia)、生産者の地理的位置の相違等の理由によつて、相互にある程度獨立な需要市場に對してゐる。³⁵⁾ 獨立と言ふ意味は、個別企業者がその供給價格をある程度引上げても需要の全部を失ふことなく、また反對にそ

25) K' が大となり、 $\left(1 - \frac{1}{\varepsilon}\right)$ が小となるからである。

26) 但し $\left(1 - \frac{1}{\varepsilon}\right)$ の値は 0 より 1 までの間になければならない。何故なら ε は 1 と ∞ との間にあるから。

の供給価格を引下げても競争者の需要を全部自己に奪ひ取ることは出来ないと言ふことである。換言すれば個々の生産者の生産物に対する需要の『代替弾力性』(Elasticity of Substitution or Cross-elasticity of demand)、即ち他の生産者の価格の變動率に關係せしめられた一生産者の生産物に対する需要の變動率は可成り大ではあるが、しかし無限大ではないことである。²⁷⁾ かゝる市場状態の下に於ては、企業者の數が限られて居り且つ個別需要の間に不完全乍ら代替關係が存在する結果として、各多占者の政策は相互に影響され合ふ。例へば不完全多占者Aがその供給価格をある程度引下げれば、不完全な代替關係を通して、他の不完全多占者Bの個別需要が減退し、恐らくBもまた価格をある程度引下げるであらう。Bが価格を引下げれば不完全な代替關係の結果として、Aは恐らくより一層の価格引下げを餘儀なくせられるであらう。この競り合ひは恐らく競争者の一方が没落するか、乃至は二人の競争者間に妥協が成立するまで繼續されるであらうが、いづれにしても不完全多占の市場状態の下に於ては、理論的意味に於ける安定的均衡は成立しない。従つて不完全多占を前提する場合には、一般的には國內價格及びダンピング價格の一義的な決定は不可能である。たゞ不完全多占者の一方が能動的に市場政策のイニシアティブを採り、他の一方は能動者によつて作り出された現在の市場状態に對して謂はゞ受動的に適應するにすぎず、それ以上の反作用を及ぼさないと考へられる場合にのみ安定的均衡が到達される。それはかゝる場合には、受動者は能動者の政策(價格または數量)を所與と見て自己の受動的を行ふことが出来、従つて受動者は自己の受動的が競争者の政策に及ぼす反作用(豫想變動率)を無視することが出来るためである。

いま企業者Iの國內價格、ダンピング價格、國內販賣量、ダンピング販賣量及び平均費用をそれぞれ、 y_{a1} 、 y_{b1} 、 x_{a1} 、 x_{b1} 、 y_{c1} と

27) K' が小となり、 $(1 - \frac{1}{\epsilon})$ の値が大となるから。

28) ロビンソンは以上の説明に對してグラフ的表現を與へてゐる。J. Robinson: *ibid.* p. 62 f. なほ青山學士: 獨占の經濟理論 132頁。更に Schneider: *Über den Einfluss von Änderungen der Nachfrage auf die Monopolpreisbildung.* Arch. f. Sozialw. u. Sozialp. Bd. 64, Heft 2, (1930) S. 293 ff. をも見よ。

し、企業者2の国内価格、ダンピング価格、国内販賣量、ダンピング販賣量及び平均費用をそれぞれ y_{a2} 、 y_{b2} 、 x_{a2} 、 x_{b2} 、 y_{c2} とする
 そうすれば次の需要函数及び費用函数が得られる。³⁷⁾

国内需要函数—— $x_{a1} = F_{a1}(y_{a1}, y_{a2}) \dots\dots\dots (1)$ $x_{a2} = F_{a2}(y_{a1}, y_{a2}) \dots\dots\dots (2)$

ダンピング需要函数—— $x_{b1} = F_{b1}(y_{b1}, y_{b2}) \dots\dots\dots (3)$ $x_{b2} = F_{b2}(y_{b1}, y_{b2}) \dots\dots\dots (4)$

費用函数—— $y_{c1} = \phi_1(x_{a1} + x_{b1}) \dots\dots\dots (5)$ $y_{c2} = \phi_2(x_{a2} + x_{b2}) \dots\dots\dots (6)$

企業者1にとつての利潤極大の條件式は、

$$\frac{\partial [(x_{a1} + x_{b1}) y_{c1}]}{\partial x_{a1}} = 0 \dots\dots\dots (7) \quad \frac{\partial [(x_{b1} + x_{b2}) y_{c1}]}{\partial x_{b1}} = 0 \dots\dots\dots (8)$$

しかるに企業者1の国内価格政策の結果は、(一)その直接作用即ち y_{a1} の變動に伴ふ x_{a1} の直接的な變動と、(二)その間接作用即ち y_{a1} の變動が y_{a2} に反作用的な變動を惹起せしめ、 y_{a2} の反作用的な變動によつて齎される x_{a1} の間接的な變動の和と見做される。即ち x_{a1} は y_{a1} の單純な函数であると同時にその合成函数でもある。企業者1のダンピング價格政策についても同様である。かくて

$$\frac{\partial x_{a1}}{\partial y_{a1}} = \frac{\partial F_{a1}}{\partial y_{a1}} + \frac{\partial F_{a1}}{\partial y_{a2}} \cdot \frac{\partial y_{a2}}{\partial y_{a1}} \quad \frac{\partial x_{b1}}{\partial y_{b1}} = \frac{\partial F_{b1}}{\partial y_{b1}} + \frac{\partial F_{b1}}{\partial y_{b2}} \cdot \frac{\partial y_{b2}}{\partial y_{b1}}$$

右の二つの式に於て $\frac{\partial y_{a2}}{\partial y_{a1}}$ 、 $\frac{\partial y_{b2}}{\partial y_{b1}}$ はそれ／＼企業者1の国内及びダンピング市場に於ける價格豫想變動率である。それは企業者1がその價格を dy_{a1} だけ變動せしめれば、 y_{a2} の上に dy_{a2} だけの反作用的な變動が起るものと見做すことを意味する。それは飽くまで企業者1の心理的な働きであることを注意せねばならない。その心理的豫想が現實の變化と一致するか否かは別問題である。従つて豫想變動率は實際にはいづれも未知數として取扱はれる。而して上掲の二つの式を顧慮すれば、企業家1にとつての利潤極大の條件式は次の如く書き替へられる。

$$\frac{1}{y_{a1} + x_{a1}} \left(\frac{\partial F_{a1}}{\partial y_{a1}} + \frac{\partial F_{a1}}{\partial y_{a2}} \cdot \frac{\partial y_{a2}}{\partial y_{a1}} \right) - \frac{\partial [(x_{a1} + x_{b1}) y_{c1}]}{\partial x_{a1}} = 0 \dots\dots\dots (7)'$$

29) 需要變動の内容は 1. 購買者の所得の絶対額の變動及び 2. 購買者の所得の相對的構造的變動 (個人の欲望の構造的變化、所得の階級的分配の變化) の二者である。Schneider: a. a. O. S. 291.
 30) 差別政策の實施は特別な失費、例へば特殊な商標のための失費、特別な Book-keeping のための失費等を要するからである。J. Robinson: ibid. p. 189.
 31) Haberler: a. a. O. S. 225.

$$Y_{b1} + X_{b1} \left(\frac{\partial F_{b1}}{\partial Y_{b1}} + \frac{\partial F_{b2}}{\partial Y_{b2}} \cdot \frac{dY_{b2}}{dY_{b1}} \right) - \frac{\partial [(X_{a1} + X_{b1}) Y_{c1}]}{\partial X_{a1}} = 0 \dots (8)'$$

(7)(8)は企業者1の豫想的限界賣上と限界費用との一致を示す。企業者1が受動的態度を探り、企業者2の価格 y_{b2} 、 y_{b2} をいづれも所與と見てその價格政策を行ふとすれば、 $y_{a2} = \text{Constant}$; $y_{b2} = \text{Constant}$ 、 $\therefore \frac{dY_{a2}}{dY_{a1}} = 0$; $\frac{dY_{b2}}{dY_{b1}} = 0$ かくて(7)(8)は次の如く簡單化され、豫想變動率が排除される。

$$Y_{a1} + X_{a1} \cdot \frac{\partial F_{a1}}{\partial Y_{a1}} - \frac{\partial [(X_{a1} + X_{b1}) Y_{c1}]}{\partial X_{a1}} = 0 \dots (7)'' \quad Y_{b1} + X_{b1} \cdot \frac{\partial F_{b1}}{\partial Y_{b1}} - \frac{\partial [(X_{a1} + X_{b1}) Y_{c1}]}{\partial X_{b1}} = 0 \dots (8)''$$

同様にして企業者2の利潤極大の條件式は、

$$\frac{d(X_{a2} Y_{a2})}{dX_{a2}} - \frac{\partial [(X_{a2} + X_{b2}) Y_{c2}]}{\partial X_{a2}} = 0 \dots (9) \quad \frac{d(X_{b2} Y_{b2})}{dX_{b2}} - \frac{\partial [(X_{a2} + X_{b2}) Y_{c2}]}{\partial X_{b2}} = 0 \dots (10)$$

しかるに x_{a2} 、 x_{b2} はそれ々 y_{a2} 、 y_{b2} の單純な函數であると同時に合成函數でもあるから

$$\frac{dX_{a2}}{dY_{a2}} = \frac{\partial F_{a2}}{\partial Y_{a2}} + \frac{\partial F_{a2}}{\partial Y_{a1}} \cdot \frac{dY_{a1}}{dY_{a2}} \quad \frac{dX_{b2}}{dY_{b2}} = \frac{\partial F_{b2}}{\partial Y_{b2}} + \frac{\partial F_{b2}}{\partial Y_{b1}} \cdot \frac{dY_{b1}}{dY_{b2}}$$

この二つの式に於て $\frac{dY_{a1}}{dY_{a2}}$ 、 $\frac{dY_{b1}}{dY_{b2}}$ はそれ々企業者2の國內及びダンピング市場に関する價格豫想變動率である。この二つの式を顧慮すれば企業者2にとつての利潤極大の條件式は次の如くなる。

$$Y_{a2} + X_{a2} \left(\frac{\partial F_{a2}}{\partial Y_{a2}} + \frac{\partial F_{a2}}{\partial Y_{a1}} \cdot \frac{dY_{a1}}{dY_{a2}} \right) - \frac{\partial [(X_{a1} + X_{b2}) Y_{c2}]}{\partial X_{a2}} = 0 \dots (9)'$$

$$Y_{b2} + X_{b2} \left(\frac{\partial F_{b2}}{\partial Y_{b2}} + \frac{\partial F_{b2}}{\partial Y_{b1}} \cdot \frac{dY_{b1}}{dY_{b2}} \right) - \frac{\partial [(X_{a2} + X_{b2}) Y_{c2}]}{\partial X_{b2}} = 0 \dots (10)'$$

而して企業者2が受動的態度に於て價格政策を行ふとすれば、 $y_{a1} = \text{Constant}$; $y_{b1} = \text{Constant}$ 、 $\therefore \frac{dY_{a1}}{dY_{a2}} = 0$; $\frac{dY_{b1}}{dY_{b2}} = 0$ かく

- 32) グラフ的に言へば國內需要曲線がずれ上ればクールノー一點が益々縦軸から遠ざかることになる。
 33) Haberler: a. a. O. S. 229.
 34) 完全多占の下に於ては企業の数、個々の企業の市場支配力を消滅せしめるほど、従つて個別需要が完全彈力的となるほど多數であつてはならない。その意味で多占者の数は限られてゐる。Vgl. Liefmann-Keil: Organisierte Kon-

て(9)′、(10)′は次の如く簡單化される。

$$y_{a2} + x_{a2} \cdot \frac{\partial y_{a2}}{\partial p_{a2}} - \frac{\partial [(x_{a2} + x_{b2}) y_{c2}]}{\partial x_{a2}} = 0 \dots (9)''$$

$$y_{b2} + x_{b2} \cdot \frac{\partial y_{b2}}{\partial p_{b2}} - \frac{\partial [(x_{a2} + x_{b2}) y_{c2}]}{\partial x_{b2}} = 0 \dots (10)''$$

以上の結果を總括すれば、十個の未知數 y_{a1} , y_{b1} , x_{a1} , x_{b1} , y_{a2} , y_{b2} , x_{a2} , x_{b2} , y_{c1} , y_{c2} に對して十個の方程式(1)、(2)、(3)、(4)、(5)、(6)、(7)′、(8)′、(9)′、(10)′が得られる。従つて企業者が受動的態度を採り、豫想變動率が無視され得る場合には、安定的なダンピング均衡が成立する。

以上の説明によつて知られる通り、不完全多占の下に於ては、企業者が受動的態度を採り、競争者の價格を所與と見て自己の價格政策を實施する場合にのみ安定的ダンピング均衡が到達される。若しこの前提が許されないとなれば、多占者間の競争は相手を征服して完全獨占に導くか、乃至は多占者間に何等かの形態に於ける妥協が成立するまで續けられるであらう。前者の事態は市場の不完全性が小であり、且つある企業がその生産設備を改善して競争者とのキャパシティの差違を著しく擴大する場合に齎らされる。何故なら市場の不完全性が小(代替弾力性大)であれば、一企業者は比較的僅少な價格引下げによつて從來競争者に向つてゐた購買者を自己に奪ひ取ることが出來、しかもキャパシティの差違(それは費用の差違に表徴化されてゐる)が大となれば、キャパシティを増大した企業の供給價格は競争者の極小平均費用(競争力の限界)以下になり得るからである。これに反し市場の不完全性が大であり、従つて價格を可成り引下げても從來競争者に向つてゐた購買者を自己に奪ひ取ることが出來ず、且つキャパシティの差違が餘り大でない場合には、競争は當事者にとつて單に斗争費用の空費を意味するだけである。こゝに妥協が成立する。³⁵⁾ 妥協の内容は價格協定、數量協定、廣告方法の協定、配達の協定等種々であり得

kurrenz-Preisbildung (1936), S. 64. 市場の不完全は個別企業の市場支配力を増大する一要因である。従つて不完全多占者の個別需要は完全多占者の個別需要よりもより非弾力的であらう。

35) Kaldor: Market imperfection and Excess Capacity, Economica No. 5, (1935), p. 37 f. Liefmann-Keil: a. a. O. S. 21 ff.

36) 完全獨占の場合には代替弾力性は零、完全競争の場合には無限大、不完全競

る。吾々はこゝでは價格協定のみを問題にしよう。この問題は具體的にはカルテル價格とダンピング價格との關係に關するのである。價格協定がどう言ふ點で行はれるかもまた、市場の不完全性の程度及び個々の企業のカヤパシテイ（費用形成）に依存するであらう。市場の不完全性が大であり従つて需要の代替性が小であれば、個々の企業は價格競り下げ鬭爭から大なる効果を期待し得ない。それ故に比較的高い妥協價格が成立するであらう。これに反し市場の不完全性が小であり需要の代替性が大であれば、個々の企業は價格競り下げ鬭爭から大なる効果を期待し得る。従つて比較的低い妥協價格が成立するであらう。更に個々の企業のカヤパシテイが大であり、個々の企業に於て費用遞減法則が著しく作用する場合には、妥協價格は比較的低く、反對ならば比較的高いであらう。何故なら個々の企業に於て費用遞減法則が著しく作用する場合には、價格鬭爭はしからざる場合よりもより熾烈化するであらうから。

いま協定價格（カルテル價格）が比較的高い點に定まるとしよう。そうすれば高い價格に於て經營オプティマムに達する諸企業（カルテル内の劣等企業）は、生産の大部分を國內市場に販賣する。これに反し低い價格に於て經營オプティマムに達する諸企業（カルテル内の優良企業）は、可成り大きな餘剩能量を持つことになる。換言すれば優良企業はなほ可成り大きな量を遞減費用の下で生産し得る。従つて優良企業は可成り大規模なダンピングを行ふことが出来る。次に協定價格が低い點に定まるとしよう。そうすれば高い價格に於て經營オプティマムに達する諸企業は、利潤の低下を忍んで從來とほゞ同一の量を國內市場に販賣せざるを得ない。従つて外國市場に變化がない限り、これ等の企業のカヤパシテイ販賣量は全體に於て不變である。³⁹⁾これに反し低い價格に於て經營オプティ

争の場合には正の有限値である。Kaldor: *ibid.* p. 35. 不完全競争の下に於ては市場は「單一の大市場」ではなくして、謂はゞ「相互に關係ある諸市場の一つの網」をなす。Liefmann-Keil: *a. a. O.* S. 21. 「競争の不完全は或ひは市場の不完全に原因し、或ひは企業者の数が少數であることに原因する。」J. Robinson: *ibid.* p. 86. 従つて不完全多占と不完全競争とは原理的には同一である。たゞ不完全競争理論の普通の取扱ひに於ては、企業者の数が多數

マムに達する諸企業は、從來よりもより多量を國內市場に販賣する。従つてかゝる諸企業の餘剰能量が縮少し、引いてはダンピングの規模も縮少する。従つて他の事情が同一であれば、この場合のダンピング價格は、國內カルテル價格が高い點に定まる場合のそれよりも高い。一般的に言へばカルテル價格が高ければ、ダンピング價格は比較的に低く、従つて兩價格の差違は大である。反對にカルテル價格が低ければ、ダンピング價格は比較的に高く、従つて兩價格の差違は縮少する。⁴⁰⁾

しかし乍ら以上の考察は短期的にのみ妥當することを注意せねばならない。そこでは生産設備の改善に要する時間が與へられず、カルテル内部の劣等企業は低いカルテル價格の下に於て利潤の低下を忍んで從來のまゝに生産を續けるものと假定せられてゐる。若しこれ等の企業にその生産設備の改善に要する時間が與へられるならば、生産設備の改善によつて從來の劣等企業もまたそのキャパシティを擴張することになり、引いてはそのダンピングの規模も増大し得る。この場合にはカルテル價格の低下は、同時にダンピング價格の下落を招來し得る。

以上はカルテル價格の高低がダンピング價格に如何に影響するかについての説明であるが、次に吾々はダンピングがカルテル價格に如何に影響するかの問題に答へよう。既に指摘した通り、ダンピングの下に於ける個別企業の國內販賣は、ダンピング生産が不變の限界費用の下に於て行はれるか、遞減限界費用の下に於て行はれるか、乃至は遞増限界費用の下に於て行はれるかに應じて、或ひは不變であり或ひは増加し或ひは減少する。しかし當面の問題に於ては、單に個別企業の國內販賣の増減のみからダンピングの結果を確認することは出来ない。何故ならカルテル價格の變化は、單に一企業の國內販賣量の増減ではなくして、カルテル成員全體の總販賣量の變

であり、ある一企業の adjustment の影響はそれ等多數の競争者に分散され、従つて個々の競争者の蒙る衝激は無視し得るほど輕微であり、従つて個別企業者は競争者の政策（價格）を不變と見て行動し得ることを前提してゐる。かゝる前提が許される場合にのみ個別需要曲線を畫くことが出来る。以下の説明については Ynthemä: *ibid.*, p. 686 ff. 及び 青山學士：前提書 396頁以下を參考されたい。

化に依存するからである。そこで吾々は次の様に言ふことが出来る。⁴¹⁾ カルテル成員のうち遞減限界費用を以てダンピングを行ひ得る優良企業の数が多ければ多いほど、ダンピング後の國內価格はダンピング前に比して下落するであらう。何故なら多數の優良企業が遞減限界費用の下に於てダンピングを行へば、彼等の國內販賣價格が下落し、その國內販賣量が増加する。優良企業の國內販賣價格が下落すれば、他の劣等企業もまた利潤の低下を忍んでその販賣價格を引下げざるを得ない。⁴²⁾ さもなければ不完全な代替關係が支配する結果として、購買者は劣等企業を見棄るであらう。反對に遞増限界費用を以てしてのみダンピングを行ひ得る劣等企業の数が多ければ多いほど、ダンピング後の國內価格はダンピング前に比して騰貴するであらう。何故なら多數の劣等企業が遞増限界費用の下に於てダンピングを行ひ、彼等の國內販賣價格が騰貴すれば、不完全な代替關係が支配する結果として、多くの需要が劣等企業から優良企業に移動する。かくして優良企業の價格系列もまた著しく引上げられ、引いてはカルテル價格の一般的騰貴が齎らされる。若しすべての企業が不變の限界費用の下に於てダンピングを行ふ場合には、ダンピングは國內價格に何等の影響をも及ぼさない。

六 結 言

以上に於て吾々はインテマ、ハーバラー、スツイゲティ等の理論によりつゝダンピング理論の今日の水準を明らかにし、同時に彼等に於て未展開な若干の點を補足することに努めた。しかし問題は決して以上で盡きてゐるわけではない。寧ろダンピング理論の完全な展開は今後の問題であると言つても過言ではなからう。

先づ第一に競争的貿易政策から獨占的貿易政策への移り行き、従つてダンピングの發生的な説明が要求せられ

- 38) A. C. Pigou: Economics of Welfare p. 222 f.; Liefmann-Keil: a. a. O. S. 61 f.; Barone: a. a. O. S. 190 f.; Pesi: Das Dumping S. 4.
39) 正確には最劣等企業（限界企業）以下の劣等企業の國內販賣は幾分増加しダンピング販賣は幾分減少する。
40) Szigeti: a. a. O. S. 531. しかしこの場合にはダンピング價格もまた妥協價格であることを注意せねばならない。

る。しかもかゝる動的發展的現象の説明は、資本主義の成長の内的法則性よりしてのみ可能であり、單純な均衡理論の域外に出ずる問題であらう。また資本主義企業に對する國家的干渉が強化される現實の傾向を顧るとき、現實の企業活動は經濟的合理主義のみによつて導かれることは不可能である様に思はれる。そこには謂はゞ資本家の合理的計算と國家的國民的非合理的計算とが入り混つて作用し、企業活動は恐らくマーシャルの言ふ『妥協福利』Compromise benefit に似た原理によつて支配せられるであらう。従つてダンピング理論の現實化を企てる人々は、企業活動のかゝる非合理的な要素を無視してはならない。

第二にそれ等の超越的な諸問題を別にしても、なほ內在的に多くの問題が残されてゐる。例へば吾々の展開は主として部分均衡の立場からなされて居り、そこでは單に當該商品市場に於けるダンピングの作用のみが取扱はれてゐる。従つてたゞダンピングの部分的形相のみが説明せられた。若しダンピングの一般的形相を明らかにし、ダンピングが一綜合經濟全體に及ぼす一般的作用を知らうと思ふならば、吾々はダンピングについて一般均衡論的考察を行はねばならないであらう。更にまた獨占的貿易現象を問題とする場合、從來大多數の人々が行つてゐる様に、一物一價の法則が支配する完全市場を前提することは餘りにも非現實的である。吾々は不完全多占の下に於けるダンピングを問題とした際に從來の理論に對する一つの補足を試た。また周知の様に既にケアンズに由來する無競争集團の理論は、國內勞働市場の不完全、即ち國內勞銀水準の不均等と言ふ事實に注目することによつて、傳統的貿易理論に一の重大な修正を加へた。しかし吾々は勞働のみならず商品一般について不完全市場を前提せねばならない。こゝに不完全競争理論の貿易現象への適用と言ふ貿易論一般にとつての大きな課題が残されてゐる。(一九三八年一月九日)

44) Szigeti: a. a. O. S. 532參照。

42) ダンピングは獨占を前提條件とするのみならず、逆にダンピングが當該企業者の獨占的地位を強化すると言はれるのも、かゝる理由から容易に理解されよう。